



SUCCESS INSIGHTS®

Leadership-Check Plus - Basic
with Workplace Motivators™

Mario Rossi
amministratore - consulente
ABC Srl
18/5/2010

Secondo la ricerca comportamentale, le persone più efficienti sono quelle che comprendono se stesse, che conoscono, cioè, i propri punti di forza e le aree di miglioramento e che sono in grado di sviluppare le strategie più idonee per far fronte alle esigenze dettate dall'ambiente che le circonda.

Questo report analizza il vostro stile comportamentale, ovvero 'COME' preferite fare determinate cose. È attendibile al 100%? Sì, no, forse. Noi ci limitiamo a rilevare il comportamento. Riportiamo affermazioni che voi considerate vere e aree in cui mostrate determinate inclinazioni. Cancellate i punti in cui non vi riconoscete, ma solo dopo averli discussi con il vostro consulente INSIGHTS.



Questa sezione contiene alcuni suggerimenti, che saranno d'aiuto a Mario per migliorare la propria comunicazione con gli altri. I consigli contengono una breve descrizione dei diversi tipi di personalità in cui ci si può imbattere. Imparando a riconoscere il modo di comunicare preferito dai propri interlocutori e adattandosi ad esso, Mario riuscirà a rapportarsi a loro in maniera decisamente più efficace. Con un po' di esercizio sarà in grado di individuare subito lo stile del proprio interlocutore, capire in che cosa si discosta dal proprio, e agire di conseguenza. La flessibilità e la capacità di riconoscere le esigenze del proprio interlocutore sono prerogative dei migliori comunicatori.

<p>Se avete a che fare con una persona affidabile, giudiziosa, tradizionalista, precisa, accurata, perfezionista (BLU):</p> <ul style="list-style-type: none">● Preparatevi molto bene al colloquio!● Attenetevi all'argomento: non divagate!● Siate precisi e obiettivi! <p>I seguenti atteggiamenti, invece, provocano tensione o insoddisfazione:</p> <ul style="list-style-type: none">● prendere le cose con leggerezza, parlare ad alta voce, agire senza un piano● esercitare troppa pressione o stabilire scadenze poco realistiche● essere trasandati o disorganizzati	<p>Se avete a che fare con una persona ambiziosa, energica, determinata, volitiva, indipendente e orientata ai risultati (ROSSO):</p> <ul style="list-style-type: none">● Siate chiari, precisi, stringati; andate subito al sodo!● Attenetevi alle questioni di lavoro!● Preparate con cura la presentazione e il materiale informativo. <p>I seguenti atteggiamenti, invece, provocano tensione o insoddisfazione:</p> <ul style="list-style-type: none">● parlare di cose non attinenti al tema della discussione● lasciarsi delle scappatoie o rimanere sul vago.● mostrarsi disorganizzati
<p>Se avete a che fare con una persona paziente, riservata, affidabile, perseverante, tranquilla e modesta (VERDE):</p> <ul style="list-style-type: none">● Iniziate la conversazione con delle osservazioni di carattere personale, in modo da rompere il ghiaccio!● Presentate la questione in maniera amichevole, non siate aggressivi.● Fate delle domande sul 'come...' in modo che vi dica la sua opinione. <p>I seguenti atteggiamenti, invece, provocano tensione o insoddisfazione:</p> <ul style="list-style-type: none">● iniziare subito con le questioni di lavoro● voler dominare o avere troppe pretese● pretendere una decisione o una risposta in tempi rapidi	<p>Se avete a che fare con una persona amichevole, aperta, appassionata, espansiva, capace di infondere entusiasmo, (GIALLO):</p> <ul style="list-style-type: none">● Create un ambiente caldo ed amichevole.● Non dilungatevi nella descrizione dei dettagli. (Metteteli per iscritto e forniteli a parte)● Ponete delle domande per capire com'è il suo stato d'animo. <p>I seguenti atteggiamenti, invece, provocano tensione o insoddisfazione:</p> <ul style="list-style-type: none">● essere bruschi e di poche parole● voler controllare eccessivamente la conversazione● voler esporre troppi dati, informazioni, alternative e teorie astratte

Il comportamento e le sensazioni di una persona possono essere espresse anche in maniera concisa, telegrafica. Questa sezione fornisce alcune informazioni aggiuntive su come Mario vede sé stesso, nonché il modo con cui gli altri percepiscono il suo comportamento in determinate situazioni. Con l'aiuto di quanto descritto, Mario potrà valutare più attentamente l'impatto del proprio modo di agire e quindi controllare meglio determinate situazioni.

'Vedi te stesso come ti percepiscono gli altri'

Note

AUTOPERCEZIONE

Mario si considera:

preciso
riservato
colto

accurato
diplomatico
analitico

PERCEZIONE ALTRUI

Quando è leggermente sotto pressione, un po' stressato, oppure stanco, è possibile che gli altri lo considerino:

pessimista
esageratamente preoccupato

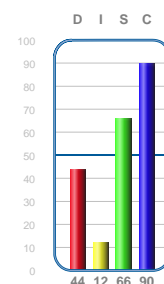
selettivo
pedante

Quando Mario è molto stressato, o sotto forte pressione, dà l'impressione di essere:

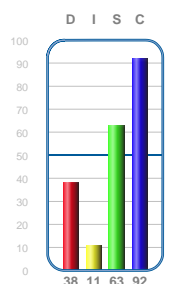
caotico
eccitato

estroverso
chiassoso

Stile adattato



Stile di base



Sulla base delle risposte di Mario il report ha evidenziato le parole che descrivono il suo comportamento. Di seguito viene descritto come Mario risolve i problemi, gestisce le sfide, influenza le persone e come è il suo rapporto con le regole e le procedure stabilite dagli altri.

Dominante	Intraprendente	Stabile	Coscienzioso
aggressivo trascinate esigente imperioso irrefrenabile pioniere coraggioso competitivo orientato ai risultati risoluto sicuro di sè intraprendente deciso responsabile	esuberante carismatico entusiasta ispiratore persuasivo convincente ottimista espressivo aperto fiducioso gentile socievole affascinante distaccato	flemmatico adattabile sistematico cauto abitudinario tranquillo prevedibile costante paziente tranquillo rilassato leale	perfezionista scrupoloso orientato ai dettagli preciso attento alla qualità sistematico conservatore accurato cauto organizzato ordinato pieno di tatto diplomatico capace di giudicare
moderato riservato collaborativo gentile premuroso conservatore prudente socievole senza pretese modesto umile accondiscendente dolce	oggettivo logico prudente scettico pensieroso analitico critico calcolatore poco espressivo pessimista lunatico freddo	vivace attivo animato brioso flessibile energico impaziente irrequieto dinamico frenetico progressivo invadente irruente	energico deciso originale perseverante sicuro di sè disinvolto ingegnoso autonomo intrepido ha idee stavaganti sfrenato rivoluzionario



Lo 'stile naturale' di Mario nel trattare i problemi o le persone, i suoi ritmi nell'affrontare procedure e avvenimenti, a volte non corrispondono alle aspettative dell'ambiente in cui lavora. Questa sezione fornisce preziose informazioni riguardo alla sua capacità di sopportare lo stress e le pressioni causate dalla necessità di adeguarsi alle esigenze dell'ambiente lavorativo.

APPROCCIO AI PROBLEMI E ALLE SFIDE

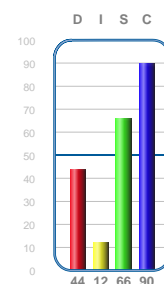
Naturale	Adattato
L'approccio di Mario alla risoluzione dei problemi è piuttosto tradizionalista. Affronta le sfide analizzando attentamente tutti i pro e i contro. È portato di natura a collaborare con gli altri e cerca, dove può, di evitare i conflitti. Per lui è importante essere considerato una persona con cui si lavora 'facilmente'.	Mario considera il suo modo naturale di affrontare le sfide e risolvere i problemi adeguato all'ambiente circostante.

Note

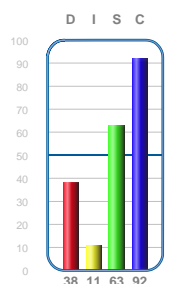
CONTATTI CON LE PERSONE - INFLUENZA SU DI ESSE

Naturale	Adattato
Mario è dell'avviso che per convincere gli altri servano argomentazioni logiche, presentate da persone o mediante strumenti assolutamente obiettivi. Per questo motivo quando vuole influenzare una persona non lascia quasi trapelare i suoi sentimenti.	Mario non ritiene necessario modificare la propria strategia per influenzare gli altri. È convinto che il proprio stile naturale corrisponda esattamente a quanto richiesto dall'ambiente in cui opera.

Stile adattato



Stile di base





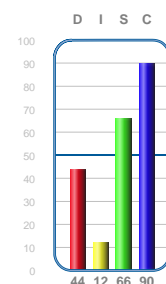
Questa sezione del report si basa sull'analisi delle predilezioni di Mario. In generale le persone sono motivate dalle proprie aspirazioni, dai propri desideri. Quando questi desideri vengono soddisfatti, non sono più fonte di motivazione. Tra tutti i fattori seguenti, Mario dovrebbe evidenziare quelli che corrispondono di più ai suoi desideri o aspirazioni attuali.

Mario vorrebbe:

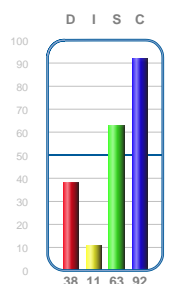
- svolgere lavori di dettaglio
- ricevere istruzioni precise in modo da poter fare subito la cosa giusta senza dover procedere per tentativi
- ottenere informazioni in sequenza logica
- avere il tempo per abituarsi ai cambiamenti
- obiettività
- livelli qualitativi elevati
- avere un superiore che si attiene alle procedure e alle consuetudini aziendali
- poter discutere in maniera franca, supportando le argomentazioni con fatti concreti
- ottenere una promozione solo quando si sente pronto ad accettarla
- ricevere istruzioni per iscritto
- ottenere risultati tangibili come frutto dei propri sforzi

Note

Stile adattato



Stile di base



Quelli che seguono sono alcuni dei possibili campi in cui Mario potrebbe volersi migliorare. Egli dovrebbe sottolineare quelli sui quali si vuole concentrare; scorrendo il report dovrebbe controllare inoltre se vi sono altri campi in cui desidera migliorarsi.

- Comunicazione (Capacità di ascoltare)
- Capacità di delegare
- Prendere decisioni
- Fare rispettare la disciplina
- Valutare le prestazioni
- Formazione
- Gestione del tempo
- Obiettivi di carriera
- Obiettivi personali
- Motivare gli altri
- Sviluppare le risorse umane
- Famiglia

Campo: _____

- 1.
- 2.
- 3.

Campo: _____

- 1.
- 2.
- 3.

Campo: _____

- 1.
- 2.
- 3.

Data di inizio: _____ Data controllo: _____



La classificazione dei comportamenti in campo manageriale non è certo cosa facile, considerata la molteplicità delle variabili su cui si può basare tale classificazione. I fattori riportati in questo report descrivono esclusivamente il modo in cui una persona svolge il proprio lavoro. Non vengono considerati, invece, fattori quali l'età, l'esperienza, la formazione, i valori personali.

Grazie ad una rappresentazione grafica, il report indica alcune caratteristiche comportamentali, riconducibili a dodici fattori specifici. Questi fattori sono stati selezionati accuratamente e consentono di ottenere risultati brillanti a chiunque riesca ad adeguarsi alle esigenze del proprio posto di lavoro.

Il grafico "stile di base" (B) rappresenta il comportamento spontaneo di Mario, quello che adotta secondo le sue naturali inclinazioni. Il grafico "stile adattato" (A) misura la sua risposta all'ambiente, ovvero il comportamento che adotta attualmente in quanto reputa che sia più adeguato alla situazione.

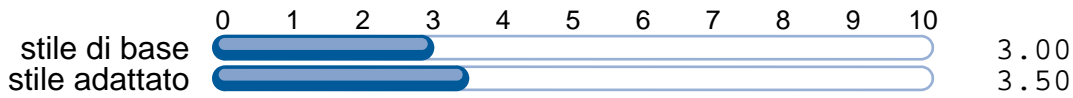
Osservate i grafici e confrontateli. Analizzate ogni singolo fattore e valutate la sua importanza per il raggiungimento degli obiettivi che caratterizzano il vostro lavoro. Il grafico dello "stile adattato" indica quali fattori considerate determinanti e in quale direzione state concentrando le vostre energie.

La conoscenza del vostro stile comportamentale vi permette di sviluppare strategie per risultare vincenti in ogni situazione.

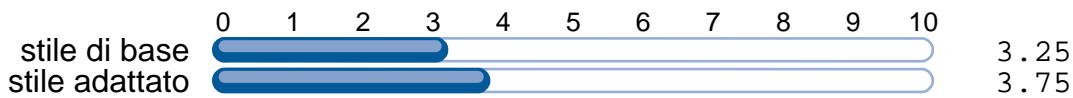


Note

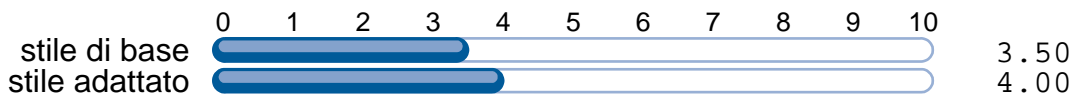
DECISIONE - ORIENTAMENTO AI RISULTATI



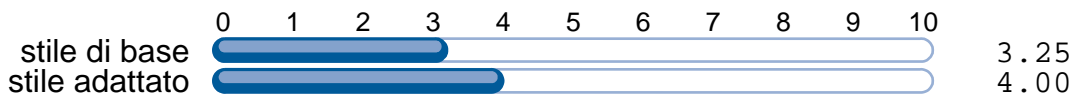
SENSO DELL'URGENZA



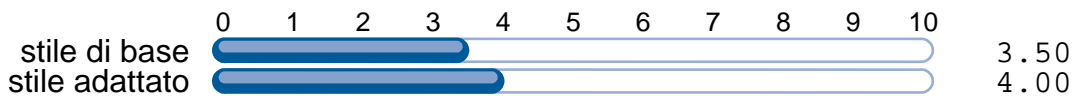
"VISION" PER IL FUTURO



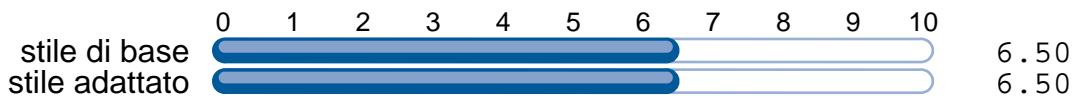
CAPACITÀ DI MOTIVARE GLI ALTRI



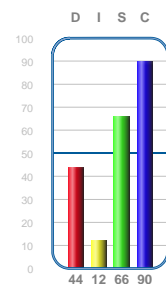
FIDUCIA IN SÉ STESSI



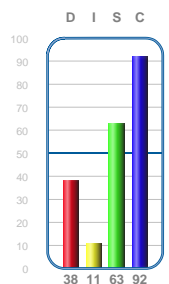
COMUNICAZIONE CLIENTE-COLLABORATORE



Stile adattato



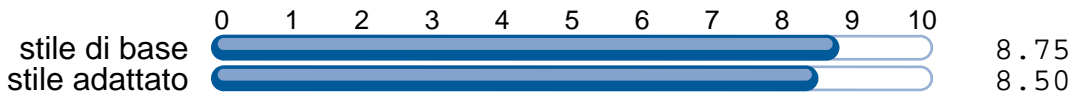
Stile di base



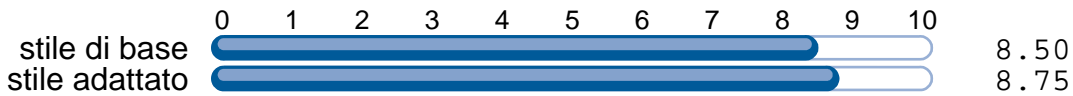


Note

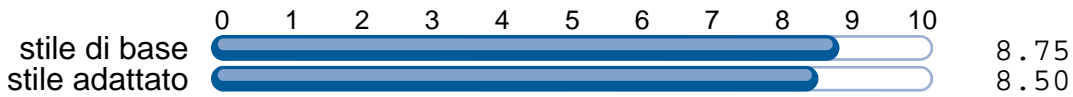
CAPACITÀ DI ASCOLTARE ATTIVAMENTE



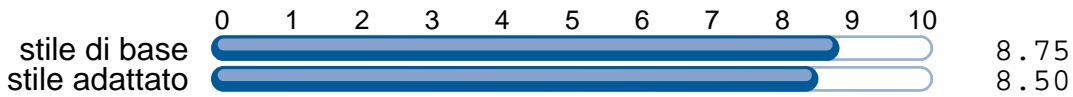
ESECUZIONE E FOLLOW UP



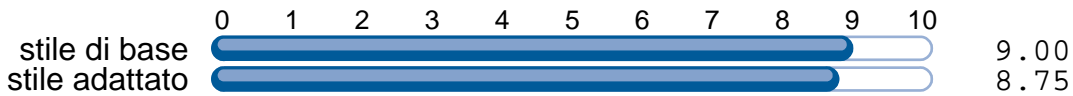
PERSEVERANZA



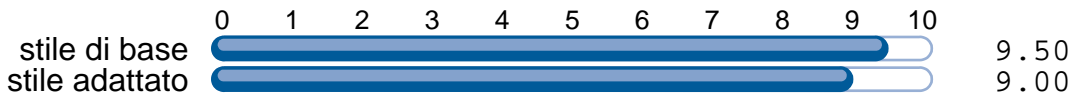
LAVORO D'UFFICIO - AMMINISTRATIVO



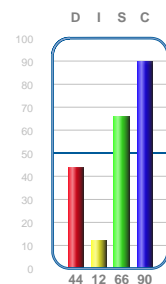
ATTENZIONE AI DETTAGLI



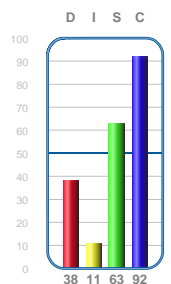
RISPETTO DELLE REGOLE



Stile adattato



Stile di base





Mario Rossi

ABC Srl

18/5/2010

Grafico I
Stile adattato

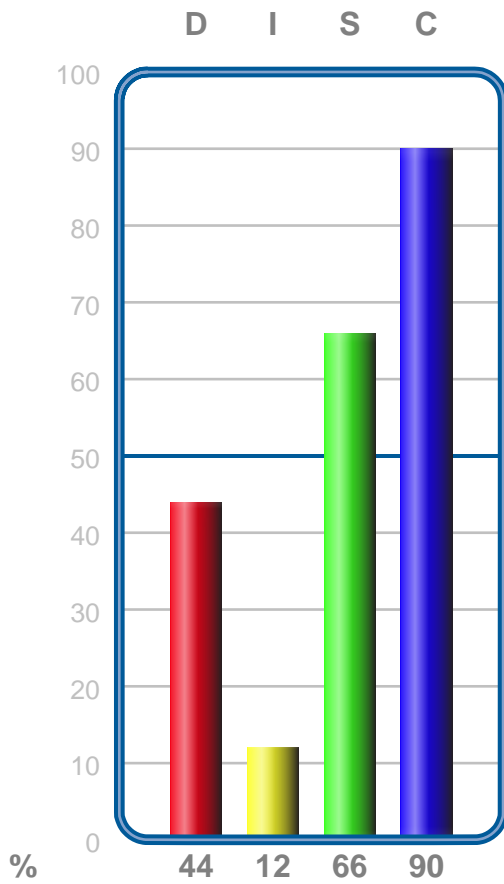
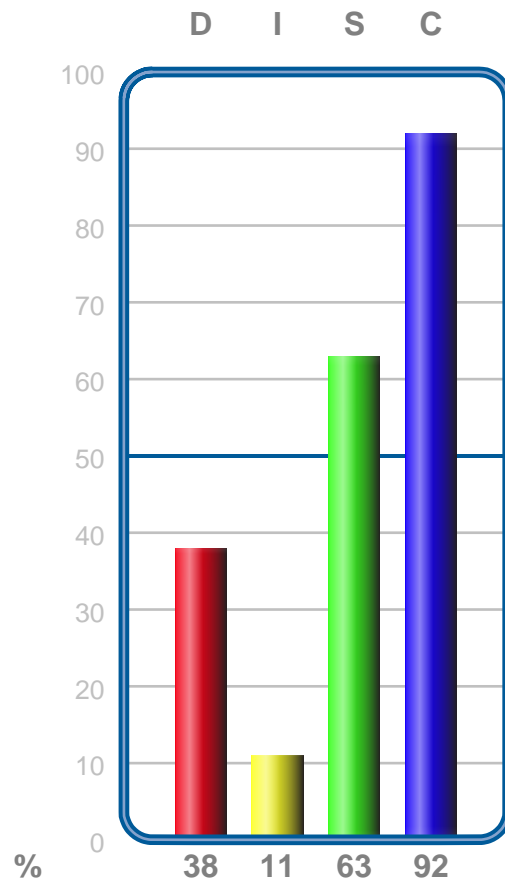


Grafico II
Stile di base



Norm 2009 F24

La ruota Success INSIGHTS rappresenta graficamente, in maniera immediata, il vostro stile comportamentale, così come è stato descritto nel testo.

Il vantaggio decisivo di Success INSIGHTS, rispetto ad altri strumenti per l'individuazione del potenziale sta nel fatto che sulla ruota non vengono indicate solamente le strategie comportamentali che adottate consapevolmente (stella), ma anche il vostro stile di comportamento innato (punto).

In questo modo ottenete un quadro personale ed autentico della vostra situazione attuale. Il comportamento di una persona, ovvero il modo in cui essa affronta le cose, è determinato in larga misura dal suo temperamento.

Il comportamento è rappresentato su due assi che dividono la ruota Success INSIGHTS in quattro quadranti principali. Ciascun quadrante ha un colore diverso dagli altri e rappresenta il modello di comportamento scelto per reagire alle sfide, per interagire con gli altri, per porsi nei confronti di un problema o di determinate regole.

In ciascuno di noi sono presenti tutte le combinazioni: estroversione-pensare (rosso), estroversione-sentire (giallo), introversione-sentire (verde), introversione-pensare (blu); esse emergono, però, con una diversa intensità.

L'intensità è rappresentata graficamente sulla ruota Success INSIGHTS da anelli concentrici (livelli di flessibilità). Il punto e la stella indicano chiaramente qual è la vostra posizione rispetto alle diverse preferenze comportamentali.

INSIGHTS analizza 384 combinazioni che sono visualizzate graficamente sulla ruota Success INSIGHTS in 60 posizioni diverse. Se il punto o la stella sono sull'anello esterno (posizione 1-8), siete un tipo univoco.

Se siete posizionati sul secondo anello (tipo focalizzato, posizione 9-24) aumenta la vostra flessibilità: mostrate cioè due preferenze. Se siete sul terzo anello (tipo flessibile, posizione 25-40) avete a disposizione tre preferenze: la vostra flessibilità è di conseguenza maggiore.

Se il punto o la stella sono sul quarto anello (incrocio flessibile, posizione 41-56), siete estremamente flessibili. Mostrate 3 preferenze nonché le caratteristiche del vostro colore opposto e sapete quindi adattarvi a diversi stili di comportamento e a molteplici situazioni.

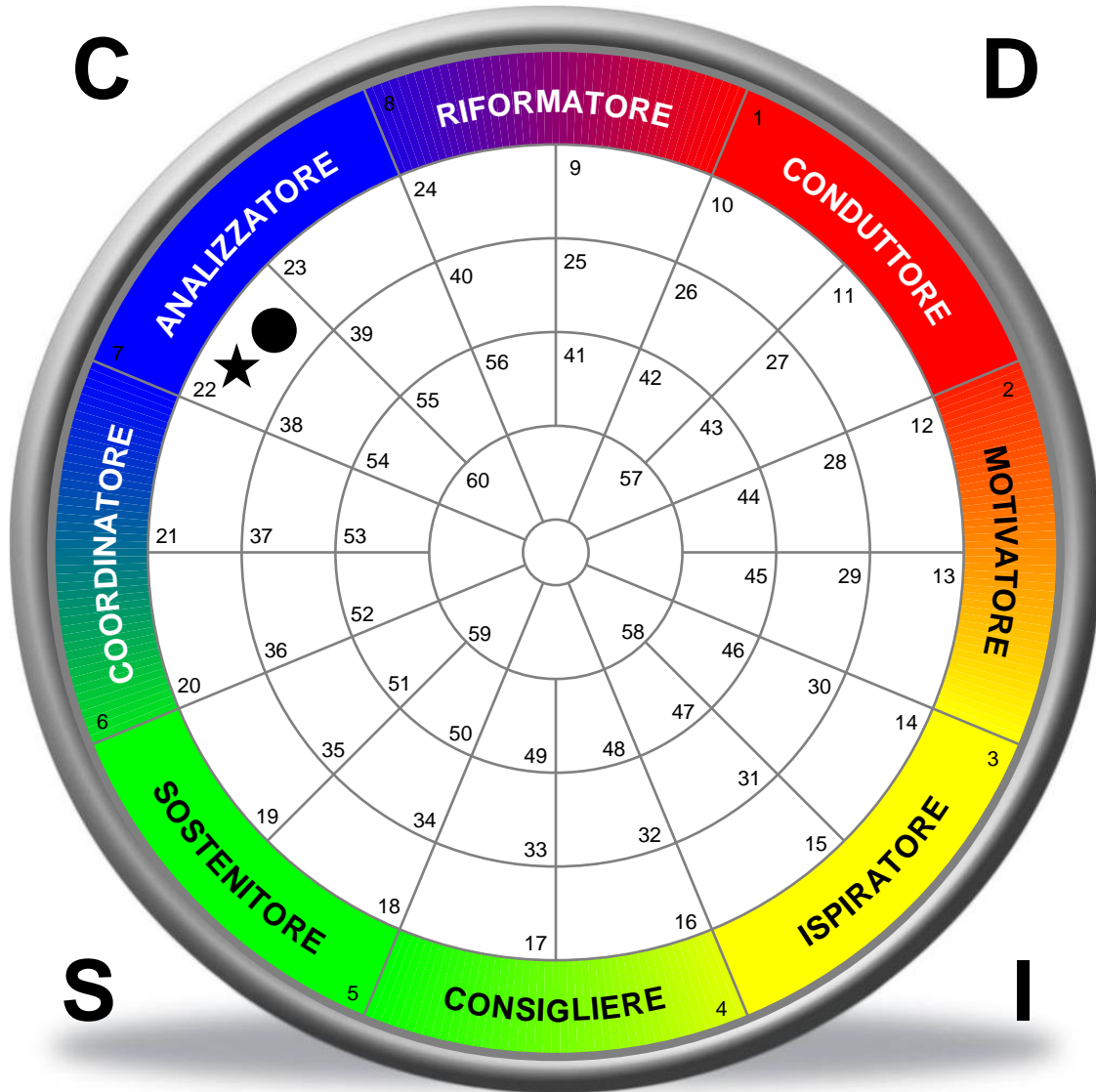
Se siete sul quinto anello (incrocio 57-60) avete a disposizione due preferenze, di colore opposto, che vi garantiscono una notevole flessibilità.

Con l'analisi Success INSIGHTS del team potete verificare anche "lo stato dell'arte" del vostro gruppo di lavoro. La ruota Success INSIGHTS vi permette di visualizzare contemporaneamente la posizione di tutti i componenti e di apportare le modifiche necessarie affinché ciascun collaboratore possa operare nel clima di lavoro che gli è più congeniale.

Per un'interpretazione più dettagliata dei risultati dell'analisi vi consigliamo di rivolgervi al vostro consulente INSIGHTS.

Mario Rossi

ABC Srl
18/5/2010



Stile adattato: ★ (22) COORDINATORE-ANALIZZATORE (FOCALIZZATO)

Stile di base: ● (22) COORDINATORE-ANALIZZATORE (FOCALIZZATO)

Norm 2009 F24



SUCCESS INSIGHTS®

Leadership-Check Plus - Basic
with Workplace Motivators™

Mario Rossi
amministratore - consulente
ABC Srl
18/5/2010



Conoscere i valori di un individuo ci aiuta a comprendere il PERCHÈ delle sue azioni. L'esame delle sue esperienze di lavoro, delle sue referenze, dell'educazione ricevuta e del suo percorso formativo ci indica che COSA è in grado di fare. Lo studio del comportamento ci permette di valutare il MODO in cui una persona si pone rispetto all'ambiente di lavoro. Questo report misura l'importanza o "intensità" di sei atteggiamenti di base o valori: teorico, utilitaristico, estetico, sociale, individualistico e tradizionale.

Valore	interessi
Teorico	per il sapere ed il know how
Utilitaristico	per il denaro e le cose utili
Estetico	per la forma e l'armonia
Sociale	ad aiutare gli altri
Individualistico	per il potere
Tradizionale	per l'ordine e la regolarità

I valori concorrono a determinare il comportamento umano; talvolta vengono definiti motivatori occulti in quanto non sono sempre riconoscibili a prima vista. Lo scopo del presente report è quello di evidenziare alcuni di questi fattori motivanti per sviluppare ulteriormente i punti di forza che una persona già possiede e che potrà mettere a frutto nel proprio ambiente di lavoro.

Basandosi sulle risposte da Lei date, il report analizza la Sua propensione per ciascuno dei sei fattori motivanti. I valori di una persona ci aiutano a capire perchè una persona fa ciò che fa. Se misuriamo i valori scopriamo alcuni di questi motivatori e siamo in grado di identificare i punti di forza che rendono unica una persona all'interno dell'azienda. I valori determinano e guidano il nostro stile comportamentale.

INSIGHTS-Analisi delle motivazioni

I risultati di questo report si basano su studi ed esperienze decennali fatti con dirigenti e teams. Le norme statistiche di questo strumento sono il risultato di risposte di un campione di migliaia di manager. In questo report confluiscono le più recenti conoscenze sulla cognizione umana.



In che modo questo report La può rendere una persona vincente?

1. Si annoti le Sue osservazioni, ne aggiunga alcune o ne elimini. Consideri questo report un manuale con cui lavorare o un sussidio personale, lo utilizzi con costanza e lo tenga sempre aggiornato.
2. Riesamini il report e si scelga le tematiche più importanti per i Suoi progetti attuali. Definisca i prossimi passi basandosi sui punti messi in evidenza dal report e sulle Sue esperienze.
3. Condividi le informazioni contenute nel "Team Building Summary" con amici e colleghi. Tenga presente che comunicare significa scambiarsi informazioni e che i colleghi del Suo team vengono altrettanto invitati a fare la stessa cosa.
4. Il report funge da "manuale di autogestione" o da "guida di empowerment", aiuta a fissare i temi che riguardano i valori sul posto di lavoro ed a offrire prestazioni ottimali.
5. Altri passi e processi possono essere delineati durante i meetings con il proprio team.

Questo report contiene

- Una sezione per ognuno dei sei valori con i seguenti paragrafi: caratteristiche generali, valore per l'impresa, fattori per la motivazione, training e sviluppo professionale, proposte di sviluppo continuo.
- Una sezione con le norme e i confronti dei Suoi valori rispetto alla media nazionale.
- Un grafico delle motivazioni
- Una ruota delle motivazioni
- Un piano d'azione relativo alle motivazioni e ai valori per rafforzare i punti di forza e per incentivare lo sviluppo.
- Un piano d'azione per la formazione di teams per consentire che determinate informazioni vengano condivise con le altre persone.

La motivazione utilitaristica è caratterizzata da un interesse singolare per il DENARO e per tutto ciò che è UTILE. L'individuo vuole avere la sicurezza che il denaro può dare, non solo per sé, ma anche per la sua famiglia presente e futura. Questo tipo di individuo è molto pragmatico e corrisponde esattamente allo stereotipo dell'uomo d'affari di successo. La persona con un punteggio elevato in questa fascia tende probabilmente a sentire il bisogno di superare gli altri in quanto orientata al benessere materiale.

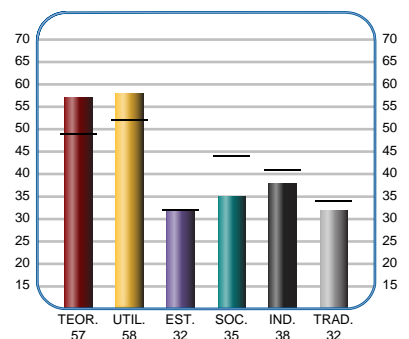
Caratteristiche generali

- Mario è interessato a tutto ciò che è pratico ed utile per raggiungere gli obiettivi (solitamente obiettivi economici)
- Mario preferisce ottenere il riconoscimento per i risultati conseguiti piuttosto che per le metodologie applicate.
- Mario tende a lavorare duramente, ama la concorrenza e solitamente è motivato da incentivi economici.
- In un'analisi sul profitto Mario ritiene che il risultato giustifichi i mezzi.
- È motivato dai soldi e desidera premi come riconoscimento per il lavoro ben svolto.
- È orientato al raggiungimento degli obiettivi, in particolare modo di obiettivi economici.
- Corrisponde all'immagine dell'uomo d'affari molto ambizioso e motivato dai soldi.
- Mario cerca sempre di ottenere un vantaggio concreto da ciò che fa.

Valore per l'impresa

- Si sente motivato da situazioni concorrenziali, da sfide e da incentivi economici.
- È ambizioso e motivato a vincere in diversi settori.
- È in grado di sbrigare più lavori in diversi settori e di accelerare importanti progetti.
- Ha una forte consapevolezza dei suoi guadagni e di quelli dell'azienda.
- Presta attenzione al profitto nelle attività lavorative.
- Tutela le finanze dell'azienda allo stesso modo che le sue.

Note



Fattori per la motivazione

- Siate consapevoli che coloro che hanno un punteggio molto elevato in questo settore possono essere poco fedeli all'azienda. Prestate attenzione a premiare le prestazioni e a incentivare la partecipazione al team.
- Rendetevi conto che Mario ha una forte consapevolezza delle entrate e degli aspetti economici. Ciò vale anche per i progetti e per le decisioni da prendere in team.
- Rassicuratevi che gli incentivi finanziari siano onesti, chiaramente comunicati e offrite un elevato guadagno per la sua efficienza.
- Aiutate Mario a capire che non tutti sono fortemente motivati come lui dalla ricchezza e dal profitto.
- Date spazio a sufficienza ai riconoscimenti finanziari di prestazioni eccellenti.

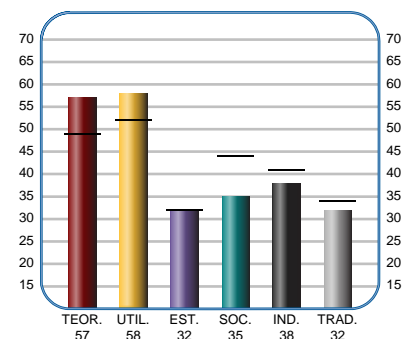
Note

Training e sviluppo professionale

- Desidera ottenere informazioni che portano miglioramenti dei risultati e dell'efficienza.
- Offrite premi ed incentivi per la partecipazione a corsi di formazione e di sviluppo professionale.
- Se é possibile, inserite nei trainings delle situazioni di competizione tra i gruppi.

Proposte di sviluppo continuo

- Il suo valore alto della motivazione utilitaristica include una forte volontà di raggiungere gli obiettivi. Questo inestinguibile bisogno lo presentano in modo particolare i venditori.
- Deve imparare ad accettare che non tutti sono fortemente motivati dalla ricchezza o dal guadagno e a non intimorire i potenziali nuovi clienti, i clienti fidelizzati o gli acquirenti con questo suo atteggiamento.
- A volte dovrebbe esternare meno le sue intenzioni finanziarie per instaurare dei buoni rapporti con le altre persone.



L'impulso primario relativo a questo valore è il SAPERE e l'interesse ad IMPARARE cose nuove. Nel perseguire questo valore, la persona adotta un atteggiamento di tipo "cognitivo". Tale persona si astiene dal giudicare la bellezza o l'utilità degli oggetti, ma cerca unicamente di osservare e ragionare. Poiché gli interessi del tipo teorico sono empirici, critici e razionali, egli dà l'impressione di essere un intellettuale. Lo scopo primario nella sua vita consiste nell'ordinare e sistematizzare il sapere: il sapere fine a sé stesso.

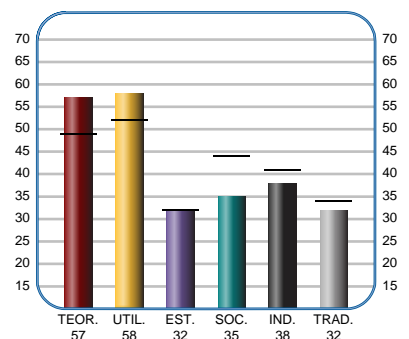
Caratteristiche generali

- Mario è interessato a nuove iniziative e progetti.
- Mario si sente attratto da idee e progetti innovativi.
- Entra volentieri in librerie e compra spesso spontaneamente alcuni libri.
- Crede fortemente all'apprendimento continuo nella vita.
- Ha un atteggiamento cognitivo e va a fondo delle questioni.
- Sviluppa volentieri programmi e processi che sono utili ad una nuova visione dei posti di lavoro esistenti.
- È disposto a correre un rischio per apprendere qualcosa di nuovo.
- Ha molti interessi extra-lavorativi.
- Partecipa volentieri a fiere e congressi del suo settore professionale o d'interesse per scoprire nuove idee o stimoli per sé stesso o per la propria azienda.

Valore per l'impresa

- Lui lavora a lungo e duramente per la risoluzione di un problema.
- Gli altri chiedono consigli a Mario perchè lo stimano per il suo sapere.
- Ha un senso dell'etica stabile e mosso dal sapere.
- Mario riesce a raccogliere il massimo delle informazioni su un tema perchè pone molte domande.
- Mario possiede forti capacità analitiche.
- Ha una forte propensione ad imparare ed a leggere.

Note



Fattori per la motivazione

- Ricorrete al suo sapere specialistico e alle sue esperienze durante i meetings con il team o nei processi di risoluzione di problemi.
- Coinvolgete Mario in futuri progetti di sviluppo per sfruttare le sue conoscenze specialistiche.
- Designate Mario come critico costruttivo per elaborare nuove idee o per valutare progetti e sistemi esistenti.
- Tenete presente che Mario ha una forte credibilità tecnica nel relazionarsi con i clienti o i colleghi che necessitano di informazioni molto dettagliate per prendere delle decisioni.
- Scoprite i suoi interessi ed offrite a Mario informazioni inerenti a questi. Ad es. speditegli e-mails, informative o brochures su temi specifici di suo interesse.

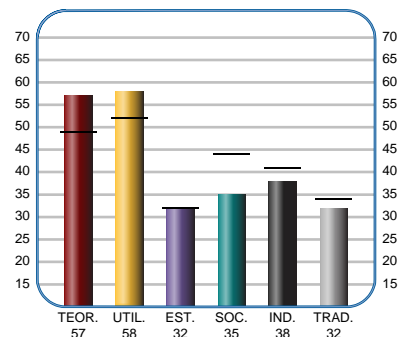
Training e sviluppo professionale

- Mario sta già lavorando al suo programma di sviluppo personale.
- Lui apprende volentieri per il sapere fine a sé stesso e seguirà con interesse i programmi di training e di sviluppo personale.
- Si impegna, al lavoro o nel tempo libero, ad apprendere.

Proposte di sviluppo continuo

- Non condivide volentieri le sue idee con altre persone, se non è convinto della loro affidabilità e competenza.
- Il senso dell'urgenza può vacillare e dipendere da quanto Mario è disposto a condividere il suo sapere.
- Non spronatelo a passare da un'esperienza d'apprendimento all'altra. Provvedete a far applicare concretamente ciò che lui ha appreso.

Note



L'interesse primario di questo valore é il POTERE. Gli studi svolti dimostrano che i dirigenti in generale ottengono punteggi elevati in questo valore. Poiché la competizione e la lotta per la sopravvivenza svolgono un ruolo importante in tutti gli aspetti della vita, molti filosofi hanno individuato nel desiderio del potere la più universale e fondamentale delle motivazioni. E in effetti vi sono alcune personalità che mirano soprattutto al prestigio, all'influenza ed al potere personale.

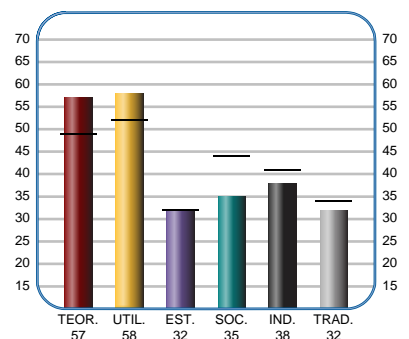
Caratteristiche generali

- Mario é considerato una persona che si adatta socialmente e che aiuta gli altri membri del team.
- Non ha un atteggiamento estremo nelle discussioni su idee, metodi o temi al lavoro.
- In caso di bisogno é in grado di prendere posizione e di esprimere il proprio parere con sincerità.
- Si sente a suo agio se è al centro della attenzione e se ha i riflettori puntati addosso, può però anche rinunciare a tutto ciò.
- È in grado sia di assumere un ruolo dirigenziale che di impegnarsi come membro del team.
- Mario non viene considerato una persona che al lavoro ha idee contraddittorie.

Valore per l'impresa

- Mario viene considerato una persona che porta stabilità nel processo lavorativo.
- Mario é una persona flessibile ed eclettica, che non ama gli eccessi.
- É in grado di comprendere il punto di vista delle persone che hanno una motivazione individualistica sia fortemente che debolmente sviluppata.
- È in grado di mediare tra i membri del team che hanno la motivazione individualistica più o meno sviluppata.
- É in grado sia di difendere vivacemente una decisione che di sostenere silenziosamente e tranquillamente una posizione.
- Se sussiste il bisogno Mario é in grado sia di assumere un ruolo dirigenziale che di seguire le direttive.

Note



Fattori per la motivazione

- Mario si adatta socialmente. Lui è in grado sia di assumere un ruolo dirigenziale che di impegnarsi come membro del team.
- Mario é in grado di venire a capo con le prese di posizione degli altri senza offenderli con le sue opinioni.
- Mario é in grado di non prendere posizioni estreme e di fare da mediatore in molte questioni riguardanti il team.
- Mario ha un forte desiderio di sottolineare la sua individualità.
- Chiedete a Mario la sua opinione su un tema che riguarda l'azienda per venire a conoscenza dell'opinione finale sulla sua motivazione individualistica.

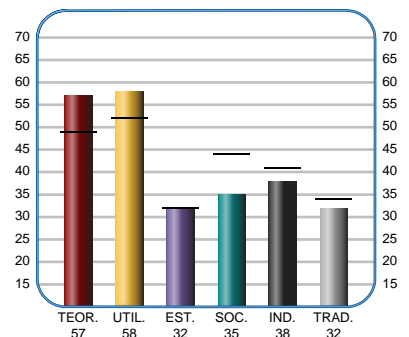
Training e sviluppo professionale

- Partecipa in modo flessibile alle attività di formazione e di sviluppo professionale.
- Apprezza le offerte formative che sono orientate al team, ma anche quelle che stimolano l'individualità e l'autonomia.
- Analizzate le altre motivazioni per acquisire ulteriori conoscenze sulle sue preferenze nella formazione.

Proposte di sviluppo continuo

- Analizzate le altre motivazioni per acquisire ulteriori informazioni sul significato della motivazione individualistica per Mario.
- Date spazio alle persone che presentano una forte motivazione individualistica affinché queste possano svilupparsi secondo i loro bisogni.
- Evitate di criticare le persone che presentano una forte o debole motivazione individualistica.

Note



Coloro che hanno ottenuto un punteggio molto elevato in questo atteggiamento nutrono un interesse profondo ad AIUTARE le altre persone. Loro apprezzano gli altri, sono molto cordiali, altruisti e ben disposti nei confronti del prossimo. È probabile che una persona siffatta consideri gli atteggiamenti Teorico, Utilitaristico ed Estetico freddi e disumani. Rispetto all'atteggiamento individualistico, la persona sociale considera l'aiuto e la collaborazione quali importanti forme di relazione umana.

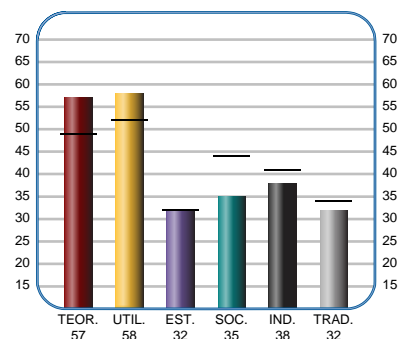
Caratteristiche generali

- Sostiene gli altri in maniera moderata e realistica, senza assumere atteggiamenti estremi.
- Ha la capacità di soppesare e di decidere se è sensato aiutare gli altri o trasmettere a loro informazioni.
- È in grado di far conciliare i suoi bisogni con quelli degli altri e di agire in maniera tale che tutti raggiungano i loro obiettivi e siano vincenti.
- Comprende e sostiene coloro che hanno una motivazione sociale più o meno sviluppata di lui.
- Porta una certa stabilità nel team quando ci sono questioni controverse che si rifanno a temi sociali.

Valore per l'impresa

- Si mostra flessibile quando si tratta di temi sociali. Sa dire di "sì", ma anche porre i limiti.
- Porta un certo equilibrio nel team e si rifà alla realtà.
- Sa apprezzare i bisogni delle persone che hanno la motivazione sociale più o meno sviluppata di lui.
- È in grado di aiutare gli altri e di fare più di ciò che è richiesto, senza però che il suo carico di lavoro ne risenta.
- Non assume atteggiamenti estremi ed è in grado di appianare le controversie relative a temi sociali.

Note



Fattori per la motivazione

- Considerate che Mario valuta gli aspetti pratici e realistici nell'offrire il suo sostegno.
- Sa mediare tra gli estremi dell'egoismo e dell'altruismo.
- Mario é equilibrato nel dare e ricevere all'interno dell'azienda.
- Sfruttate la sua capacità di mediare tra coloro che danno molto e coloro che non danno niente.

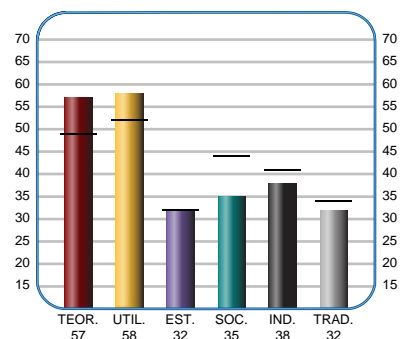
Training e sviluppo professionale

- Analizzate le scale degli altri valori per determinare le sue leve motivazionali.
- Le attività didattiche possono essere sia orientate al team che promuovere il lavoro autonomo.
- Partecipa volentieri alle attività di training perché le considera fondamentali per lo sviluppo professionale.

Proposte di sviluppo continuo

- Per determinare l'importanza di questo fattore motivazionale é necessario considerare anche gli altri valori.
- Dovrebbe prendere posizione all'interno del team in merito a questioni importanti per il servizio dell'azienda.
- A volte é indeciso se partecipare o meno ad attività di tipo sociale.

Note



L'interesse principale che sta dietro a questo valore può essere definito con tre parole: "ORDINE", "REGOLARITÀ" e "TRADIZIONE". Coloro che hanno totalizzato punteggi elevati relativamente a questo valore sono alla ricerca di punti saldi su cui costruire una sorta di sistema di vita ben definito. Questo sistema può essere esternato sotto forma di un forte attaccamento a regole, norme e principi di vita ben definiti.

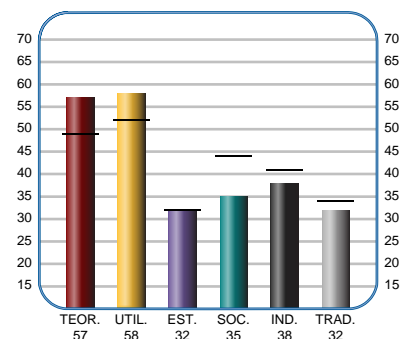
Caratteristiche generali

- A volte potrebbe non attenersi alle procedure standard.
- Alcuni ritengono che Mario non rispetti le regole.
- Potrebbe pensare che l'individuo è più importante del gruppo.
- Per Mario non è molto importante avere la stessa opinione del gruppo.
- È disponibile a cambiare lavoro per rimanere fedele a sé stesso o per svilupparsi.
- Mette in discussione strutture, regole o standard con la domanda "perché".
- Per Mario è importante sperimentare e tentare cose nuove.
- Il diritto personale di autosvilupparsi lo motiva.
- Il desiderio di raggiungere il più presto possibile i risultati in molti progetti ed il tentativo di rinunciare a molti aspetti (ad es. regole e disposizioni) può ostacolare il progresso del progetto.

Note

Valore per l'impresa

- Sviluppa nuove idee.
- Risolve i problemi in maniera creativa.
- Pone molte domande.
- Vuole conoscere nuovi metodi e strategie.
- Decide velocemente quando si tratta di risolvere i problemi.
- Cerca soluzioni creative ai problemi.



Un punteggio ESTETICO elevato sta ad indicare un interesse particolare per la "FORMA ed ARMONIA". Ogni esperienza viene vista sotto il profilo dell'eleganza, dell'equilibrio e dell'armonia. La vita viene percepita come una successione di eventi, ciascuno dei quali viene vissuto ed assaporato in sé e per sé. Il conseguimento di un punteggio elevato in questa fascia non significa necessariamente che il soggetto abbia talento nelle attività creative o artistiche, bensì indica che la persona sa prendere con stile ciò che la vita le riserva.

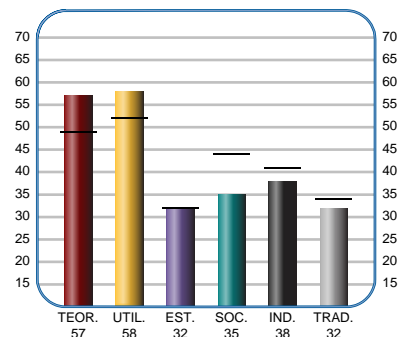
Caratteristiche generali

- Altri valori sono più importanti di quello estetico per la motivazione di Mario.
- Analizzate i grafici per determinare quali valori sono più sviluppati di quello estetico.
- Non è particolarmente preoccupato per l'aspetto estetico del suo ambiente di lavoro.
- Mario comprende il bisogno di bellezza e d'armonia, ma non le ricerca per il suo ambiente.
- Mario è una persona molto pratica, al quale non interessa l'estetica e l'atmosfera nel suo ambiente di lavoro.
- Ambienti poco attenti all'estetica non limitano la sua creatività.
- Mario assume un atteggiamento pratico nei confronti di manifestazioni in ambito lavorativo.

Valore per l'impresa

- Un ambiente poco piacevole non influenza negativamente la sua produttività e creatività.
- È lungimirante e non prende in considerazione solo gli aspetti creativi.
- Non si lascia facilmente influenzare dagli aspetti emozionali.
- Ha un buon senso degli affari ed un'attenzione particolare per tutte le questioni pratiche.

Note



Fattori per la motivazione

- Appellatevi alle sue capacità pratiche nella gestione dei progetti.
- Tenete in considerazione anche gli altri valori elevati nel grafico delle motivazioni e create un ambiente dove queste vengano stimolate e rafforzate.
- Riconoscete con sincerità i suoi validi contributi.
- Verificate dal grafico anche gli altri valori elevati di Mario per poter determinare con precisione cosa lo stimola effettivamente.
- Cercate di inserire nel suo sistema di ricompensa soprattutto quegli elementi che corrispondono ai suoi fattori motivazionali maggiormente sviluppati.

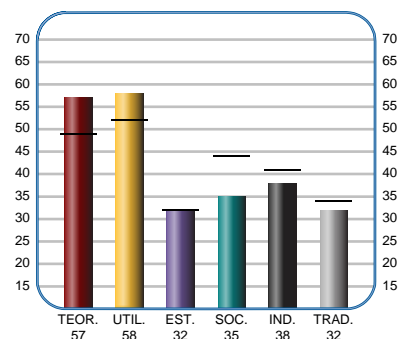
Training e sviluppo professionale

- Cercate di organizzare seminari che abbiano un'impostazione molto pratica.
- Mario offre input determinanti per lo svolgimento del seminario ed è molto flessibile per quanto riguarda l'ambiente in cui si tiene la formazione.
- Link learning and professional development to other items of greater self-interest.

Proposte di sviluppo continuo

- Evitate i dettagli creativi e l'espressione di aspetti personali.
- Alcuni lo ritengono estremamente orientato agli affari, cosa che rispecchia l'aspetto pratico della sua motivazione.
- Dovrebbe avere maggiore comprensione per il bisogno che hanno alcune persone di avere un posto di lavoro armonioso ed esteticamente piacevole.

Note



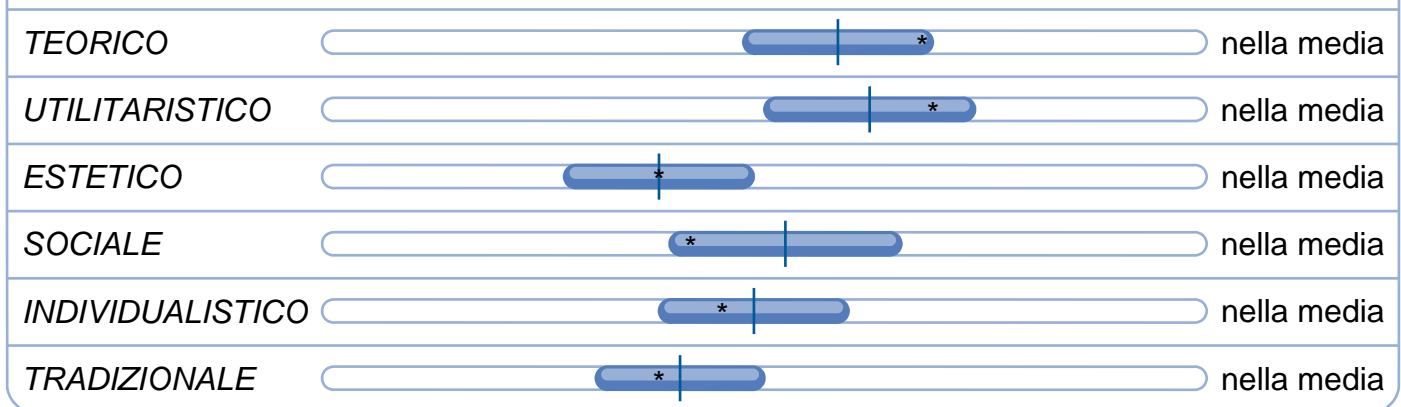


Per anni avete sentito affermazioni del tipo "ognuno è responsabile del proprio destino", "a ciascuno il suo" e "tu agisci per te stesso, non per gli altri". Quando si è circondati da persone che hanno punti di vista analoghi ai propri, ci si sente a proprio agio e l'atmosfera risulta positiva e stimolante. Quando si è attorniti da persone che hanno valori profondamente diversi dai propri, invece, si corre il rischio di essere considerati degli outsider. Se si riconoscono e comprendono queste differenze si riesce a puntare con successo sui propri punti di forza. Se queste differenze, invece, non vengono riconosciute possono causare stress e conflitti interpersonali. Se vi trovate in una situazione di questo tipo, potete:

- modificarla
- cambiare il vostro punto di vista
- abbandonare il campo
- affrontarla e conviverci.

Questa sezione del report mostra in quali ambiti i vostri valori possono risultare al di fuori del sentire comune e scatenare, di conseguenza, situazioni conflittuali. Quanto più il vostro valore si discosta dalla media verso l'alto, tanto più le persone si accorgeranno di questa vostra particolare predilizione. Quanto più si discosta dalla media verso il basso, tanto più le persone vi considereranno indifferenti e probabilmente ostili verso il valore in questione. La zona ombreggiata evidenzia, per ogni valore, la fascia entro cui si colloca il 68% della popolazione e lo scostamento standard dalla media nazionale (linea verticale).

TABELLA: CONFRONTI CON LA MEDIA - Norm 2009 F24



- 68 per cento della popolazione | - media della popolazione * - la vostra posizione

Nella media: uno scostamento standard dalla media nazionale.
 Entusiasta: due scostamenti standard sopra la media nazionale.
 Indifferente: due scostamenti standard sotto la media nazionale
 Estremista: tre scostamenti standard (sopra o sotto) la media nazionale.



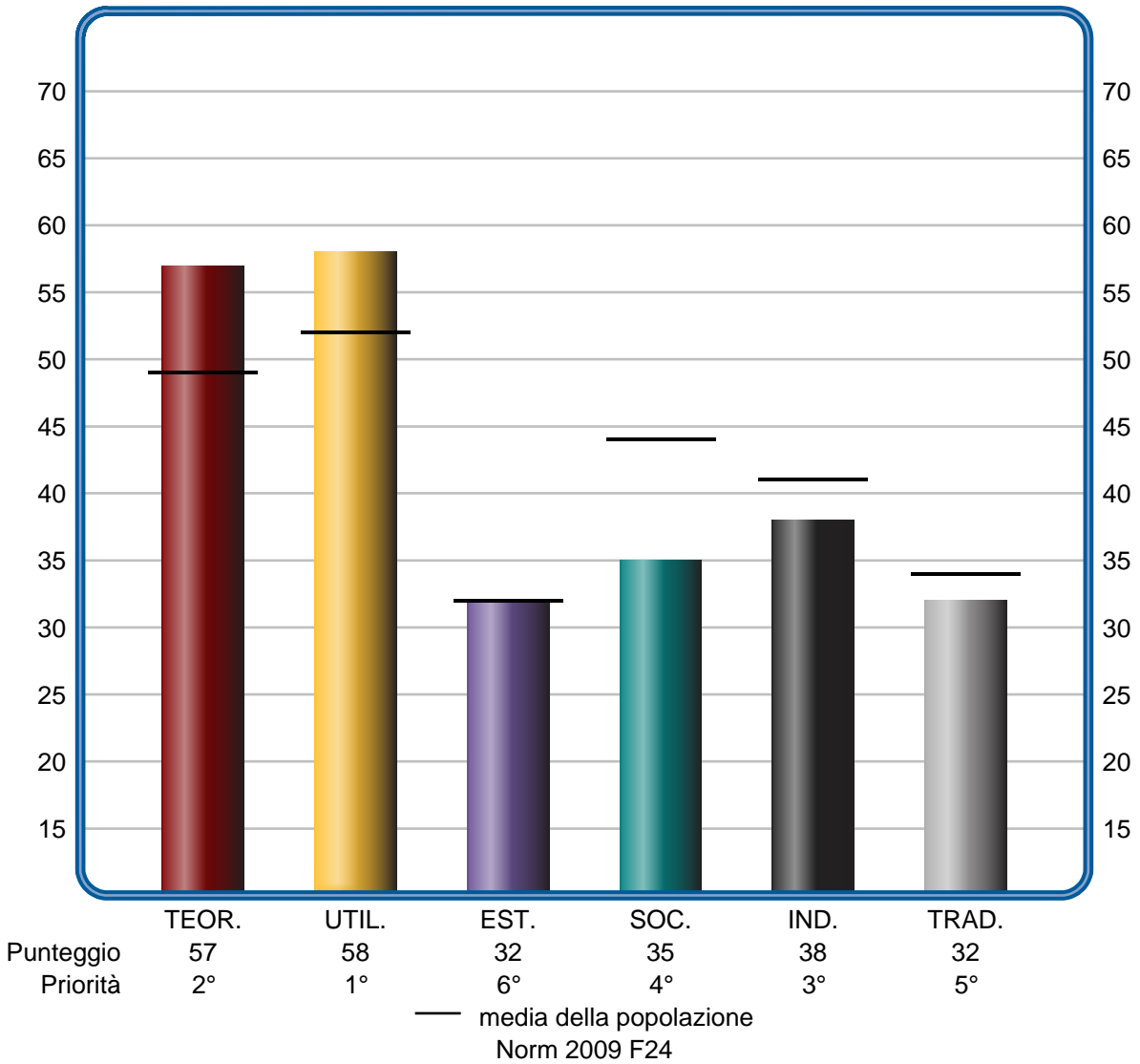
Tutti i vostri atteggiamenti o valori rientrano nello scostamento standard rispetto alla media nazionale. Ciò significa che il 68% della popolazione ha interessi e valori analoghi ai vostri per ciascuno dei sei atteggiamenti presi in esame. Il fatto che i punteggi da voi ottenuti siano allineati con la media nazionale, significa che:

- gli altri vi considerano come compagni di squadra
- siete in grado di stabilire buoni rapporti con gran parte della gente
- solo di rado vi trovate in disaccordo con gli altri
- avete una cerchia di amici più estesa e più ampie prospettive professionali rispetto alla maggior parte delle persone



Mario Rossi

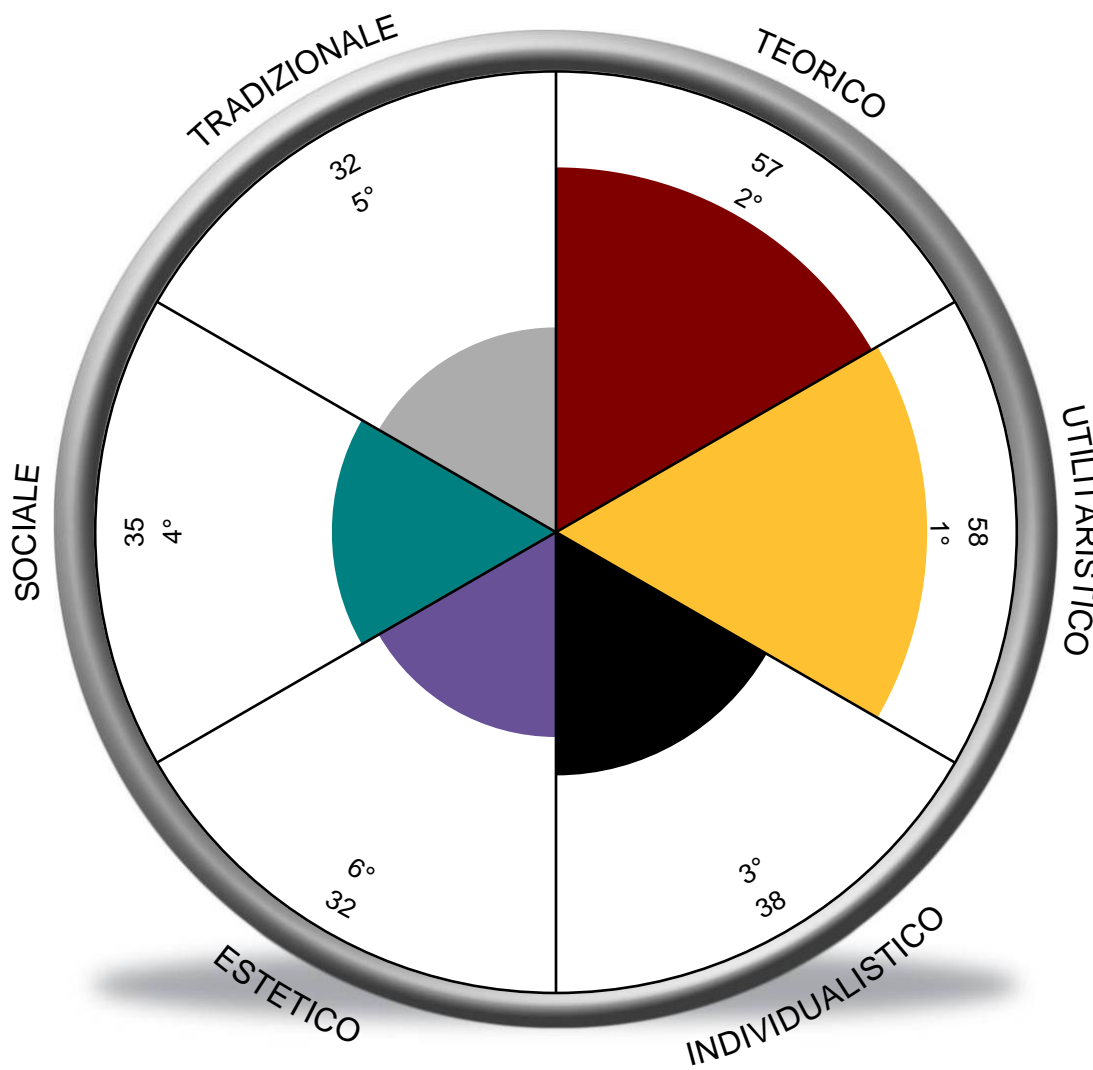
ABC Srl
18/5/2010





Mario Rossi

ABC Srl
18/5/2010





PIANO D'AZIONE DELLE MOTIVAZIONI

Questo piano d'azione è il Suo strumento di sviluppo personale. Dopo aver esaminato le informazioni contenute nel report La preghiamo di rispondere alle domande che Lei ritiene importanti per il Suo specifico posto di lavoro.

Sezione 1: La missione del team o dell'organizzazione.

La preghiamo di annotarsi uno o due dei Suoi punti di forza che La aiutano a raggiungere gli obiettivi della Sua missione.

Sezione 2: Un compito immediato o a breve termine o un obiettivo di un piccolo gruppo con il quale Lei collabora nella quotidianità.

Indichi uno o due dei Suoi punti di forza (diversi da quelli indicati nella sezione 1) sui quali Lei si focalizza nei compiti a breve termine o nella collaborazione quotidiana con i colleghi.



Tenendo presente le informazioni ed i risultati riportati in questo report risponda brevemente alle seguenti domande:

Piano d'azione-punto1: cose che continuerò a fare.

Indichi tre cose che sa fare già bene e che vorrebbe continuare a fare.

- 1.
- 2.
- 3.

Piano d'azione-punto 2: cose che cambierò in parte.

Citi due cose che modificherà leggermente, adatterà o cambierà radicalmente per aumentare le Sue prestazioni.

- 1.
- 2.

Piano d'azione-punto 3: cose che in futuro non farò più o che cercherò di evitare.

Citi una cosa che in futuro non vorrebbe più fare affinché le Sue prestazioni aumentino.

- 1.

Data odierna: _____

Appuntamento con il Suo mentor o con un collega del team: _____



PIANO D'AZIONE PER LA GESTIONE DEL TEAM

Selezioni, dalle tematiche segnalate per ogni singola sezione nel Suo report delle motivazioni, il valore per Lei più importante. Se nessun valore Le sembra rilevante tralasci la domanda. Questo foglio riassuntivo rappresenta il primo passo nel dialogo tra Lei, i Suoi colleghi del team ed il Suo superiore. (La premessa è che ognuno abbia questo report). La comunicazione dovrebbe avvenire bilateralmente.

(Rispondendo tenga presente che questi items si riferiscono direttamente ai fattori stimolanti intrinseci. Le Sue leve motivazionali non sono evidenti. Questi items sono molto importanti per il Suo successo a lungo termine. Questa lista ci illustra perchè facciamo quello che facciamo.)

Caratteristiche generali

1. Teorico _____

2. Utilitaristico _____

3. Estetico _____

4. Sociale _____

5. Individualistico _____

6. Tradizionale _____

Valore per l'impresa

1. Teorico _____

2. Utilitaristico _____

3. Estetico _____

4. Sociale _____

5. Individualistico _____

6. Tradizionale _____



PIANO D'AZIONE PER LA GESTIONE DEL TEAM

Fattori per la motivazione

1. Teorico _____

2. Utilitaristico _____

3. Estetico _____

4. Sociale _____

5. Individualistico _____

6. Tradizionale _____

Training e sviluppo professionale

1. Teorico _____

2. Utilitaristico _____

3. Estetico _____

4. Sociale _____

5. Individualistico _____

6. Tradizionale _____



PIANO D'AZIONE PER LA GESTIONE DEL TEAM

Proposte di sviluppo continuo

1. Teorico _____

2. Utilitaristico _____

3. Estetico _____

4. Sociale _____

5. Individualistico _____

6. Tradizionale _____

Proposte di sviluppo continuo: (Selezioni due items dalle sezioni che desidera)

1. _____

2. _____
